



**Москва –
добрый город**

**ФОНД
ТИМЧЕНКО**

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД
ЕЛЕНА И ГЕННАДИЯ
ТИМЧЕНКО

Международный и российский опыт вовлечения благополучателей в процесс оказания услуг: тенденции, успешные форматы, ценностные основания

Вовлечение благополучателей при оказании социальных услуг: обмен опытом между НКО и госучреждениями

31 марта 2020



*Эволюция и Филантропия
Evolution & Philanthropy*

ЭиФ: Создание среды для развития социальных инноваций



- Финансовая и экспертная поддержка:
- ✓ GRI для НКО
 - Конкурс годовых отчетов
 - Стандарты информационно й открытости
 - Рейтинги



Набор собственных и партнерских уникальных методических продуктов, сервисов

Благополучатель в центре планирования и оценки!

1) Планирование и оценка социального воздействия Проект «Слушай с Пользой!»



**КАК ГРАМОТНО ПОЛУЧИТЬ
ОБРАТНУЮ СВЯЗЬ ОТ
БЛАГОПОЛУЧАТЕЛЕЙ**



[ВХОД / РЕГИСТРАЦИЯ](#)

НАЙТИ ИНСТРУМЕНТ СБОРА
ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

Поиск

[ЗАДАТЬ ВОПРОС](#)

[РОССИЙСКИЙ ОПЫТ](#) [ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ](#) [МЕТОДЫ СБОРА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ](#) [ИНСТРУМЕНТЫ СБОРА](#) [РЕКОМЕНДАЦИИ](#) [НОВОСТИ](#)

СЛУШАЙ С ПОЛЬЗОЙ

Онлайн база «Слушай с пользой» — ресурс, на котором можно найти ответы на вопросы, связанные с получением обратной связи от благополучателей.
[Подробнее](#)

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СБОРУ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



Дадим рекомендации по сбору обратной связи

[УЗНАТЬ](#)

МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СБОРА ОБРАТНОЙ СВЯЗИ



Поможем подобрать методы и инструменты для сбора обратной связи

[ПОДОБРАТЬ](#)

НОВОЕ В БАЗЕ

24.03.2020 Первый онлайн-семинар тематической группы «Семьи/люди в трудной жизненной ситуации» в рамках проекта...

23.03.2020 Онлайн-семинар «Маркетинг клиента сферы детства – миф или...»

27.02.2020 Приглашаем к участию в проекте «Вовлечение благополучателей при оказании социальных услуг: обмен опытом...»

- 1) «Возвращение обратной связи» – продолжает оставаться узким местом
- 2) Оценка потребностей; сегментация благополучателей; вовлечение благополучателя в планирование (в дизайн услуги)
- 3) Потребность в оценке эффективности процессов вовлечения благополучателей вообще и сбора обратной связи, в частности

Общая рамка оценки эффективности вовлечения

Figure 5: Effectiveness outcomes



Как оценить и «предъявить» результат от более качественной обратной связи?

Примерные цели	Результаты краткосрочного характера (outputs)	Промежуточные изменения (outcomes)	Долгосрочные эффекты (longer-term outcomes)	Примеры (многие имеют отношение к нескольким целям)
<p>Результаты, демонстрирующие эффективность организации и ее услуг</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Процент подразделений организации и ее проектов, вовлекающих в свою работу потребителей услуг • Количество благополучателей, которые в той или иной мере влияют на разные аспекты деятельности организации • Процент инициатив, в которых ведущая роль благополучателей сохраняется до конца жизненного цикла • Процент подразделений/проектов организации, вовлекающих потребителей услуг различными методами • Процент продуктов и услуг, включающих поддержание обратной связи с клиентами • Процент благополучателей, имеющих возможность вовлекать в оценку получаемых услуг других клиентов • Процент услуг, предоставляемых в сотрудничестве с благополучателями 	<ul style="list-style-type: none"> • Решения, измененные под влиянием потребителей услуг • Изменения, внесенные в продукты и услуги • Комплекс социальных результатов (outcomes), обновленный с учетом потребностей благополучателей • Вклад потребителей услуг помогает организации взаимодействовать с окружением более эффективно • Улучшились способы применения индивидуальных инструментов • Члены команды уделяют больше внимания лидерству и вкладу благополучателей 	<ul style="list-style-type: none"> • Обновленная культура совместного управления, где центральное место отводится потребителям услуг • Политика, более точно отражающая взгляды и опыт потребителей услуг • Повышение практической полезности услуг • Более эффективная работа организации • Более значительный охват целевой аудитории • Более конструктивное взаимодействие организации с общественностью • Улучшение отношения к организации со стороны общественности • Повышение доверия к сектору • Улучшение способности воздействовать на окружение и коллег • Вовлечение благополучателей - привычная практика организаций, работающих в одной нише • Более эффективные кампании и более значительное влияние на процесс нормотворчества 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>«Показатели вовлеченности» (Indicators for Involvement)</i> – руководство по практическому применению Национальных стандартов «4ПС». Оснащено показателями, предназначенными для мониторинга организационной стратегии вовлечения благополучателей. • <i>«Лидерский спектр сферы услуг» (The Service Leadership Spectrum)</i>, разработанный НКО <i>Together UK</i> – руководство по контролю прогресса организации в вопросах лидерства благополучателей. Включает комплекс показателей, сгруппированных для разных этапов деятельности, начиная с «первых шагов по вовлечению потребителей услуг» и заканчивая «оказанием услуг на условиях лидерства благополучателей». • <i>Мониторинг с учетом интересов клиентов (UFM - User Focussed Monitoring)</i> – подход к оценке услуг, основанный на лидерстве потребителей услуг. • <i>«Формирование представления о социальном эффекте» (Exploring Impact)</i> – обзор литературы, подготовленный консультантом британской организации <i>Twocan Associates</i> Кристин Стейли (Kristina Staley). • <i>Руководство по вовлечению благополучателей, разработанное британской добровольческой НКО Clinks</i> - пособие по развитию взаимодействия с клиентами и совместной деятельности по оказанию услуг в секторе благотворительных организаций. Включает разделы, посвященные принципам и практике вовлечения потребителей услуг, а также предлагает показатели эффективности и методы оценки

Создание среды для развития социальных инноваций



Финансовая и экспертная поддержка:

✓ GRI для НКО

➤ Конкурс годовых отчетов

➤ Стандарты информационной открытости

➤ Рейтинги



Набор собственных и партнерских уникальных методических продуктов, сервисов

Концепция (аспекты) подотчетности*

Подотчетность – принцип деятельности и система, посредством которой организация активно формирует официальную структуру сбалансированных взаимоотношений с различными стейкхолдерами, наделяет их полномочиями повышать ответственность организации за принимаемые решения и социальный эффект с целью постоянного улучшения результатов с точки зрения миссии.



Механизмы учета претензии и ответа на них

Прозрачность

Предоставление доступной и своевременной информации заинтересованным сторонам, и обнародование процедур, структур и процессов оценки, применяемых организацией.

✓ Участие

Процесс, с помощью которого организация обеспечивает ключевым заинтересованным сторонам возможность играть активную роль в процессе принятия решений и в действиях, влияющих на них.

Оценка

1) Двусторонние коммуникации
про деятельность
(Giving to account)

2) Закрытая петля обратной связи
(Taking account)

3) Возможность влиять на
деятельность организации
(Holding to account)



«Участие – это процесс совместного принятия решений, который затрагивает жизнь индивида и жизнь общества, в котором данный индивид проживает»
(Роджер Харт)

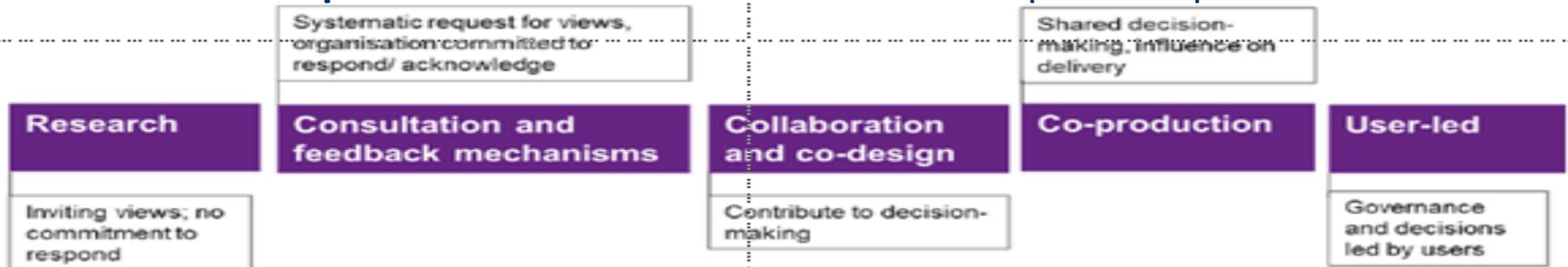
Различные рамки степеней участия и вовлечения



Консультации и механизмы обратной связи

Распределенная система принятия решений

Figure 1: The spectrum of participatory approaches



Исследования!

Сотрудничество и совместный дизайн

Участие в управлении

**Youth Action
Wiltshire**

(«Молодежные
акции в
Уилтшире»,
Великобритания)

Молодежная благотворительная организация, которая помогает **молодым жителям** Уилтшира и Суиндона приобретать профессиональные навыки, совершенствовать социальные компетенции и получать добровольческий опыт.

- НКО [Youth Action Wiltshire](#), являющаяся грантополучателем Трастового фонда Благрейв, имеет опыт вовлечения потребителей услуг в сбор данных.
- Организация сформировала десятку «молодых слушателей», которые проинтервьюировали других молодых социальных работников на предмет того, что они ценят в услугах больше всего, и что хотели бы изменить.
- В результате были подняты такие темы, как значение индивидуального наставничества, и потребность в более продолжительных перерывах между периодами исполнения обязанностей.
- Приобретая общий опыт фасилитации открытой и честной дискуссии, прежние благополучатели укрепляют отношения с «текущими» потребителями услуг.

Совещательный орган британской НКО Mencap.

Совет потребителей услуг (Voices Council) Королевского общества Mencap действует наравне с советом директоров организации (СД), и, в частности, тщательно изучает принимаемые решения и предоставляет необходимую информацию.

- В состав Совета входят люди, испытывающие проблемы недостаточной обучаемости, которые проводят встречи параллельно с заседаниями СД, руководствуясь аналогичной повесткой дня. Цель данной деятельности – убедиться в том, что решения Mencap учитывают ожидания пользователей услуг.
- Деятельность в формате совещательного органа открывает благополучателям возможности для приобретения опыта и полезных навыков.
- Раз в месяц Mencap составляет отчеты, которые (а) фиксируют показатели эффективности процесса – такие как количество вовлеченных клиентов и виды полученных навыков, уделяя особое внимание результатам, о которых упоминают сами клиенты.

YouthBuild (помощь безработным молодым людям в возрасте 16-24 лет найти жильё, повысить уровень образования, стать лидерами)

Принцип организации – благополучатели должны играть заметную роль в решении собственных проблем, а также вызовов, с которыми сталкиваются их сообщества.

➤ Для этого участники программы обучают друг друга, а также помогают местным отделениям организации в их деятельности, **фандрайзинге, адвокации и пр.**

➤ Молодые люди избирают членов Молодёжных Советов (*Youth Policy Councils*), которые **еженедельно встречаются с представителями программы** или руководителем для обсуждения вопросов реализации программы и обладают реальной властью (например, выбирают из трёх кандидатов, предложенных руководителем на позиции менеджмента; принимают решения, на что потратить излишки или дополнительные средства организации и пр.).

- ✓ Глубокое и активное вовлечение благополучателей не является приоритетным по умолчанию.
- ✓ Оптимальная степень вовлечения благополучателей зависит как от контекста деятельности организации, уровня развития и имеющихся ресурсов, так и самих благополучателей (различие потребностей, возможностей, уровня участия в программе и пр.).
- ✓ Прозрачность; мягкая открытость к критике и точное реагирование на (не)удачи
- ✓ Язык, адаптивность

ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ЖИЗНЕСТОЙКОСТЬ

1) Драйвером для оценки эффективности служит внешний запрос

2) Разные типы доноров – разный фокус оценки эффективности



3) Степень предсказуемости и наблюдения за изменениями

Рады сотрудничеству!



Вебсайт: <http://ep.org.ru/>

E-mail: info@ep.org.ru

Информационно-справочная платформа : [Socialvalue.ru](http://socialvalue.ru)

Онлайн база методов ОС: base.socialvalue.ru

Онлайн сервис ПИОН (в доработке): pion.org.ru

База знаний зарубежного опыта : <http://ep-digest.ru/>

